

ELEKTRONIK COMMERCE (JUAL BELI ONLINE) DI TINJAU DARI SISI MASLAHAH

Wahyu Abdul Jafar, M.HI

Dosen IAIN Bengkulu

E-mail: wahyujabar@gmail.com

Abstract: *This study describes the the law of electronic commerce transactions (buying and selling online) viewed from the side masalahah. In this study described how ber-istinbath using masalahah, starting with electronic commerce persolan description in detail, followed by synchronization and verification of the condition argues masalahah with the benefits of manfaat contained in electronic commerce and final legal justification process electronic commerce transactions (buying and selling online). From this study obtained two conclusions: First, the benefits of electronic commerce transactions already meet the requirements for use as the basis of ber-proof using masalahah. Secondly, the law of electronic commerce transactions (buying and selling online) can be changed to follow the situation and conditions of the transaction, which could turn out to be permissible and could also turn out to be illegitimate. Permissible if electronic commerce transactions could lead to the realization of intiqolil Milki (in accordance with the transfer of ownership of goods purchased) from the seller into the hands of the buyer. While electronic commerce laws turn out to be illegitimate if it does not materialize intiqolil Milki (transfer of ownership in accordance with the purchased goods).*

Keywords: *Electronic Commerce (Purchase Online), Masalahah*

Abstrak : *Kajian ini menjelaskan tentang hukum transaksi elektronik commerce (jual beli online) ditinjau dari sisi masalahah. Dalam kajian ini dijelaskan cara ber-istinbath menggunakan masalahah, diawali dengan pendeskripsian persolan elektronik commerce secara detail, dilanjutkan dengan sinkronisasi dan verifikasi antara syarat berhujjah masalahah dengan manfaat-manfaat yang terdapat pada elektronik commerce dan terakhir proses justifikasi hukum transaksi elektronik commerce (jual beli online). Dari kajian ini diperoleh dua kesimpulan, yaitu: Pertama, manfaat yang diperoleh dari transaksi elektronik commerce sudah memenuhi persyaratan untuk digunakan sebagai landasan dalam ber-hujjah menggunakan masalahah. Yang kedua, hukum transaksi elektronik commerce (jual beli online) dapat berubah mengikuti situasi dan kondisi transaksi tersebut, yakni bisa berubah menjadi mubah dan bisa juga berubah menjadi haram. Mubah apabila transaksi elektronik commerce bisa menyebabkan terwujudnya intiqolil milki (perpindahan kepemilikan barang sesuai dengan yang dibeli) dari penjual ketangan pembeli . Sedangkan hukum elektronik commerce berubah menjadi haram jika tidak terwujud intiqolil milki (perpindahan kepemilikan barang sesuai dengan yang dibeli).*

Kata kunci: *Elektronik Commerce (Jual Beli Online), Masalahah*

A. Pendahuluan

Pemanfaatan teknologi saat ini tidak hanya terbatas pada dunia *sains* saja, melainkan sudah merambah ke dunia perdagangan. Dengan adanya teknologi banyak tercipta jenis dan peluang bisnis baru yang tidak ada ketika perdagangan masih menggunakan teknik tradisional. Teknologi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan jual-beli tanpa

dibatasi oleh waktu dan tempat tertentu. Kapanpun dan dimanapun orang mau bertransaksi bisa dilakukan. Hal ini didukung dengan perkembangan akses internet yang sangat cepat dan telah menyebar hampir diseluruh belahan dunia ini.

Internet membantu manusia dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain, tidak terkecuali dalam

persoalan perdagangan. Melalui jasa internet perdagangan bisa dilakukan dari segala penjuru dunia dengan murah, cepat dan mudah. Sehingga wajar beberapa tahun terakhir ini, dengan begitu merebaknya media internet dimasyarakat, menyebabkan banyaknya perusahaan yang mulai mencoba menawarkan berbagai macam produknya dengan menggunakan media internet ini.

Salah satu bentuk perdagangan yang memanfaatkan jasa teknologi adalah elektronik commerce (jual beli online). Jual beli online banyak diminati oleh masyarakat luas karena banyak memberikan kemudahan bagi kedua belah pihak, baik dari pihak penjual (*merchant*) maupun dari pihak pembeli (*buyer*) di dalam melakukan transaksi perdagangan, meskipun para pihak berada di dua benua berbeda sekalipun.

Dengan jual beli online (E-Commerce) setiap transaksi tidak memerlukan pertemuan dalam tahap negosiasi. Jual beli online dapat menembus batas geografis dan teritorial suatu negara termasuk *yurisdiksi* hukumnya. Penggunaan elektronik commerce (jual beli online) sebagai media perdagangan terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh berbagai manfaat yang didapat oleh penjual dan pembeli. Manfaat-manfaat tersebut antara lain: elektronik commerce

dapat meminimalisir biaya modal barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen karena berbelanja bisa dilakukan dengan mudah, dimana saja dan kapan saja.

Namun, dibalik kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh elektronik commerce masih menyimpan beberapa persoalan klasik yang menghantui para pembeli. Mulai dari masalah penipuan, barang yang dikirim tidak sesuai dengan yang diinginkan, keterlambatan pengiriman barang dan lain sebagainya.

Berdasarkan pemaparan data diatas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang persoalan elektronik commerce ditinjau dari sisi *masalah*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah sebenarnya hukum transaksi elektronik commerce dengan mempertimbangkan *masalah* dan *mafsadah* yang terdapat didalamnya.

B. Pembahasan

1. Pengertian Elektronik Commerce (Jual Beli Online)

E-commerce pada dasarnya merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Bentuknya bisa berupa pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang

yang kesemuanya dikomunikasikan melalui media internet.¹

E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet.² E-commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.³

Elektronik commerce atau disingkat dengan E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (consumers), manufaktur (manufaktur), services providers dan pedagang perantara (intermediaries) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer network*) yang berupa internet.⁴

2. Mekanisme Pembayaran Elektronik Commerce (Jual Beli Online)

Ada beberapa mekanisme dalam pembayaran elektronik commerce, antara lain:

a. Pembayaran dengan kartu kredit

Dalam dunia kartu kredit/debit, ada beberapa pihak yang berperan dalam transaksi. Pemegang kartu kredit/debit, disebut dengan istilah *cardholder*. Kartu kredit/debit diterbitkan oleh sebuah bank, yang disebut *issuer*. Nama dan logo bank biasanya tercantum pada kartu kredit/ debit tersebut. Bank-bank tersebut melakukan lisensi merek (*brand*) kartu kredit/debit dari institusi kartu kredit/debit seperti visa, master card atau maestro. Selanjutnya, pedagang (*merchant*) yang dapat menerima kartu kredit/debit, juga memiliki hubungan dengan sebuah bank, yang dikenal dengan istilah *acquirer*.

Ada beberapa langkah yang dilakukan saat melakukan sebuah transaksi online dengan kartu kredit:

- 1) *Consumer* memilih barang yang akan dibeli pada website *merchant*.
- 2) Setelah harga ditotal, kemudian *consumer* memasukkan informasi kartu kredit/debit-nya

¹Riyeke Ustadiyanto, *Framework E-Commerce*, (Yogyakarta: 2001), Cet.I, h.11

²Ibid 11

³Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. h.407

⁴Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), h. 10

pada form slip pembelian yang telah disediakan website *merchant*.

- 3) Informasi tersebut selanjutnya dikirim ke web server *merchant* bersama informasi pembelian lainnya.
- 4) Melalui sebuah sistem *gatewa*, *merchant* akan melakukan proses *otorisasi*.
- 5) *Merchant* melakukan *otorisasi* ke *acquirer* untuk selanjutnya diteruskan ke *issuer* melalui jaringan kartu kredit/debit.
- 6) Setelah memeriksa validitas informasi kartu kredit/ debit, *issuer* akan mengirimkan hasil *otorisasi* kembali ke *acquirer*
- 7) *Accquirer* kemudian mengirimkan hasil *otorisasi* kepada *merchant* dan diinformasikan kepada *consumer* melalui website *merchant*.
- 8) Jika *otorisasi* berhasil, *merchant* mengesahkan transaksi tersebut dan mengirimkan sesuatu yang telah dibeli ke alamat yang telah disepakati.

Berbagai cara biasanya dilakukan oleh *merchant* maupun bank untuk membuktikan kepada *consumer*

bahwa proses pembayaran telah dilakukan dengan baik, seperti:⁵

- 1) Pemberitahuan melalui e-mail mengenai status transaksi jual beli produk atau jasa yang telah dilakukan.
- 2) Pengiriman dokumen elektronik melalui e-mail atau situs terkait yang berisi "berita acara" jual beli dan kwitansi pembelian yang merinci jenis produk atau jasa yang dibeli berikut detail mengenai metode pembayaran yang telah dilakukan.
- 3) Pengiriman kwitansi pembayaran melalui kurir ke alamat atau lokasi *consumer*.
- 4) Pencatatan transaksi pembayaran oleh bank atau lembaga keuangan yang laporannya akan diberikan secara priodik pada akhir bulan. Proses pembayaran tersebut dijamin dalam suatu sistem yang telah dibuat untuk mengamankan proses yang dilakukan melalui internet, seperti sistem keamanan enkripsi, SSL, SET.

Dalam Perspektif bisnis, e-commerce yang paling dijadikan acuan oleh para penyelenggara bisnis, karena di sini dapat diraih

⁵Indrajid, e-commerce, ha. 82

keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Berikut ini beberapa pihak yang terkait dalam penggunaan sistem pembayaran dengan *credit card* pada transaksi online antara lain:⁶

1) Masyarakat Pengguna Kartu Kredit

Penggunaan kartu kredit telah menjadi berarti di berbagai tempat, kecuali tempat umum yang masih belum dapat menerima kartu kredit sebagai alat pembayaran.

2) Kemajuan dalam Penjualan

Secara umum, jika anda menjual sesuatu ke masyarakat, maka anda akan memiliki tingkat rata-rata penjualan dan pembeli yang semakin meningkat saat anda menggunakan metode pembayaran dengan *credit card*, dari pada jika anda menggunakan metode pembayaran lain.

3) Peningkatan Profit

Keuntungan merupakan hal utama yang dicari oleh setiap pelaku bisnis. Hampir sebagian besar bisnis mengambil keuntungannya dari pemakaian

credit card, terutama penjualan produk atau pelayanan kepada bisnis kecil atau individu.

b. Pembayaran dengan E-check

E-check atau elektronik check merupakan salah satu sistem pembayaran online, dimana seorang customer akan membayar atas barang dagangan yang dibelinya dengan menulis suatu cek elektronik yang ditransmisikan secara elektronik melalui e-mail, fax, atau telepon.⁷

Cek tersebut berisi semua informasi yang diperoleh berdasarkan apa yang tertera seperti pada cek yang sesungguhnya, hanya saja sistem e-check menggunakan *digital signature* (tanda tangan digital) dan *digital certificate* (sertifikat digital). Beberapa perusahaan seperti *cybercash*, *netcheck*, dan sebagainya berusaha memelopori cek yang bisa digunakan transaksi antara individu.⁸

Dalam pembayaran dengan *e-check*, pertama-tama customer membuka account bank di internet untuk pertama kali. Kemudian dia mengeluarkan *e-check* miliknya untuk membayar. Penerima *e-check*

⁶Andi, *Apa dan Bagaimana E-Commerce*, (Yogyakarta: Wahana Komputer, 2002), h. 64

⁷*Ibid*, h.72
⁸Onno W. Purbo dan Aang Arif wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2001), h. 129

ini mengirimkan cek tersebut ke bank untuk konfirmasi bahwa transaksi tersebut benar-benar valid, akhirnya bank memindahkan uang dari rekening pengirim ke rekening penerima cek sesuai dengan nilai yang tercantum. Perlu diingat bahwa semua proses tersebut dijamin dalam sistem keamanan *enkripsi*, baik proses mengeluarkan cek, memberikannya, maupun konfirmasi.⁹

E-chek merupakan instrumen pembayaran yang cukup aman. *E-chek* dirancang dengan memanfaatkan teknik yang disebut sebagai *state of the art technique*, yaitu:¹⁰

- 1) Authentikasi (*authentication*).
 - 2) Kriptografi kunci publik (*public key cryptography*).
 - 3) Hal sertifikasi (*certificate authorities*).
 - 4) Deteksi terhadap penggandaan (*duplicate detection*).
 - 5) Pengacakan (*encryption*).
- c. Pembayaran dengan *digital cash*

Di dunia maya, seseorang seringkali ingin belanja secara cepat dan tidak bertele-tele, terutama dalam hal melakukan

transaksi pembayaran. Terlebih-lebih jika barang yang ingin dibeli melalui internet tergolong berharga murah. Menggunakan kartu kredit jelas akan membuang-buang waktu karena di samping harus mengisi sejumlah formulir, proses otorisasi terkadang memakan waktu yang cukup lama tidak sebanding dengan nilai transaksi yang ingin dilakukan bagi praktisi bisnis yang ingin mempermudah konsumennya dalam membelanjakan uang untuk produk-produk *ritel* berharga murah dengan sistem *e-commerce*, ditawarkan sebuah metode pembayaran yang tergolong cepat dan aman, yaitu dengan menggunakan uang digital (*digital cash*).¹¹

Digital cash memiliki karakteristik utama, yaitu *transnationality of digital cash*, di mana *digital cash* memiliki kemampuan mengalir secara bebas melewati batas hukum negara lain. Karakteristik inilah yang menjadi sumber kelebihan dan kekurangan *digital cash*. Di satu sisi, *digital cash* menjadikan transaksi menjadi lebih efisien, tidak berbelit-belit, di sisi lain hal ini akan dapat menimbulkan pertentangan antara prinsip

⁹*Ibid*, h.129.

¹⁰Andi, *Op.Cit.*, h. 75

¹¹Indrajid, *E-Commerce*, h. 85

kebebasan *cyberspace* dengan hukum suatu negara.¹²

Dalam sistem *digital cash*, uang dapat direpresentasikan dalam susunan bit atau karakter (*string*) dalam beberapa digit. Seperti layaknya penggunaan kupon dalam sebuah bazar, seorang bank dapat meminta beberapa kupon (disebut juga *token*) kepada bank tempatnya menabung dalam pecahan yang diinginkan. Melalui *e-mail*, bank akan memberikan nomor seri beberapa *token* tersebut kepada nasabahnya sesuai dengan permintaan, bank selanjutnya akan mendebit sejumlah uang yang ditransfer pada rekening nasabahnya yang bersangkutan, *token* inilah yang akan dipergunakan oleh nasabah untuk berbelanja di internet, cukup dengan memberikan nomor seri dari token (*digital cash*) yang ada kepada "toko" di dunia maya, yang kemudian akan diverifikasi dengan bank yang bersangkutan, transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dapat dengan mudah dan cepat dilakukan di internet.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berhubungan dengan

pembayaran melalui internet, yaitu:¹³

- 1) *Security*: data atau informasi yang berhubungan dengan hal-hal sensitif semacam nomor kartu kredit dan password tidak boleh sampai "dicuri" oleh orang yang tidak berhak karena dapat disalahgunakan di kemudian hari.
- 2) *Confidentiality*: perusahaan harus dapat menjamin bahwa tidak ada pihak lain yang mengetahui terjadinya transaksi, kecuali pihak-pihak yang memang secara hukum harus mengetahuinya (misalnya bank).
- 3) *Integrity* : sistem harus dapat menjamin adanya keabsahan dalam proses jual beli, yaitu harga yang tercantum dan dibayarkan hanya untuk jenis produk atau jasa yang telah dibeli dan disetujui bersama.
- 4) *Authentication*: yaitu proses pengecekan kebenaran. Di sini pembeli maupun penjual merupakan mereka yang benar-benar berhak melakukan transaksi, seperti yang dinyatakan oleh masing-masing pihak.

¹²Onno W. Purbo Dan Aang Arif Wahyudi, *Op.Cit.*, h. 125-126

¹³ Indrajid, *E-Commerce*, h. 83

- 5) *Authorization*: mekanisme untuk melakukan pengecekan terhadap keabsahan dan kemampuan seorang konsumen untuk melakukan pembelian (adanya dana yang diperlukan untuk melakukan transaksi jual beli).
- 6) *Assurance*: kondisi ini memperlihatkan kepada konsumen agar merasa yakin bahwa *merchant* yang ada benar-benar berkompeten untuk melakukan transaksi jual beli melalui internet (tidak melanggar hukum, memiliki sistem yang aman, dan sebagainya).

3. Manfaat dan Dampak Negative Elektronik Commerce (Jual Beli Online)

Elektronik Commerce (Jual Beli Online) memiliki beberapa dampak baik dampak positif maupun dampak negatif. Aspek positif dari Elektronik Commerce adalah peningkatan peranan dan fungsi perdagangan sekaligus memberikan kemudahan dan efisiensi. Sedangkan Aspek negatif dari pengembangan ini adalah berkaitan dengan persoalan keamanan¹⁴ dalam bertransaksi dengan

menggunakan media e-commerce dan secara yuridis terkait pula dengan jaminan kepastian hukum (*legal certainty*) yang terdapat pada Elektronik Commerce.¹⁵

Bila dirinci lebih detail maka ada banyak manfaat yang diperoleh dari transaksi Elektronik Commerce ini, antara lain:¹⁶

- a) Keuntungan bagi produsen/perusahaan
 - 1) Memberikan kesempatan kepada produsen untuk meningkatkan pemasaran produk/servicenya secara global.
 - 2) Mengurangi penggunaan paper /kertas di berbagai aktifitas mulai dari tahapan desain, produksi, pengepakan, pengiriman, distribusi hingga marketing.
 - 3) Mengurangi waktu *delay* dari pengiriman dan penyimpanan karena antara sistem produksi, pengepakan, penyimpanan dan distribusi terkoneksi secara online.
 - 4) Membantu perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk/service yang sangat spesifik yang tidak dapat dipasarkan dalam bisnis

¹⁴Masalah keamanan masih menjadi masalah tersendiri dalam dunia internet. Aspek-aspek yang dipermasalahkan itu antara lain: (1) masalah kerahasiaan (confidentiality) pesan, (2) masalah bagaimana cara agar pesan yang dikirimkan itu

keutuhanya (integrity) sampai ke tangan penerima, (3) masalah keabsahan (authenticity) pelaku transaksi, dan (4) masalah keaslian pesan agar bisa dijadikan barang bukti. Abdul Halim Barakatullah dan Teguh Prasetyo, *Op.Cit.*, h. 3

¹⁵*Ibid.*, h. 3

¹⁶<http://www.eduloka.net>, didownload hari minggu 6 desember 2015

secara fisik, karena keterbatasan konsumen, tempat dan biaya promosi yang tinggi.

- 5) Mengurangi waktu dan biaya promosi dari produk/service yang dipasarkan karena tersedianya informasi secara menyeluruh di internet sepanjang waktu.¹⁷

b) Keuntungan bagi konsumen

- 1) Memberikan kesempatan konsumen yang berada di belahan dunia manapun untuk dapat menggunakan sebuah produk/service yang dihasilkan dari belahan dunia yang berbeda dan melakukan transaksi dan meraih informasi dari pihak pertama sepanjang tahun.
- 2) Memberikan kesempatan konsumen untuk mendapatkan produk/service terbaik dari berbagai pilihan yang ada karena konsumen mendapat kesempatan untuk memilih berbagai jenis produk/service secara langsung.

- 3) Memberikan kesempatan bagi konsumen yang terpisah tempat tinggalnya dari produsen untuk berinteraksi, berdiskusi dan bertukar pengalaman. Sehingga akan sangat menguntungkan produsen untuk meningkatkan kualitas produk/servicenya sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

4) Keuntungan bagi masyarakat

- 1) Semakin banyak manusia yang bekerja dan beraktifitas di rumah dengan menggunakan internet berarti mengurangi perjalanan untuk bekerja, belanja dan aktifitas lainnya, sehingga mengurangi kemacetan jalan dan mereduksi polusi udara.
- 2) Meningkatkan daya beli dan kesempatan masyarakat untuk mendapatkan produksi/service yang terbaik karena perusahaan yang mengeluarkan produk/service dapat menjualnya lebih murah karena biaya produksi yang rendah.
- 3) Mengurangi pengangguran karena masyarakat semakin bergairah untuk berbisnis karena cara kerja yang gampang dan tanpa modal yang besar.
- 4) Meningkatkan daya kreatifitas masyarakat, berbagai jenis produk dapat dipasarkan dengan baik,

¹⁷Berikut ini beberapa manfaat yang lainnya, yaitu: 1)Revenue stream(aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan, yang tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional. 2)Dapat meningkatkan market exposure(pangsa pasar) 3)Melebarkan jangkauan (global reach). 4)Meningkatkan customer loyalty. 5)Meningkatkan suppliermanagement. 6)Memperpendek waktu produksi. 7)Meningkatkan value chain (mata rantai pendapatan) Onno W. Purbo, Aang Arif Wahyudi, Mengenal E-Commerce, h. 2

sehingga akhirnya juga membantu pemerintah untuk menggairahkan perdagangan khususnya usaha kecil menengah.

Bila disimpulkan dari manfaat-manfaat diatas sebenarnya hanya ada dua manfaat pokok yang bisa diperoleh dari Elektronik Commerce ini, yaitu, lebih praktis (oprasionalnya mudah) dan lebih efesiens (hemat waktu dan biaya). Dua manfaat inilah yang membuat orang beralih menggunakan transaksi Elektronik Commerce dari pada transaksi tradisional.

Sedangkan dampak negatif yang timbul dari transaksi ini bila dirinci ada beberapa, antara lain:¹⁸

1) Kehilangan finansial

Kehilangan finansial bisa terjadi karena penipuan. Barang yang sudah dibeli ternyata tidak pernah dikirim oleh penjual. Biasanya penipuan ini terjadi ketika pembeli tergiur dengan harga murah yang diberikan oleh oknum penjual.

2) Pencurian informasi rahasia yang berharga

Gangguan yang timbul ketika proses transaksi bisa menyikap semua informasi rahasia pembeli atau penjual kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.

3) Kehilangan pelayanan bisnis karena gangguan pelayanan

Kesalahan ini bersifat kesalahan nonteknis, seperti aliran listrik tiba-tiba padam, atau jenis-jenis gangguan tak terduga lainnya.

4) Pengguna akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak

Pihak luar mendapatkan akses yang sebenarnya bukan menjadi haknya dan dia gunakan hal itu untuk kepentingan pribadi. Misalnya seorang *hacker* yang berhasil membobol sebuah sistem perbankan, setelah itu dengan seenaknya sendiri dia memindahkan sejumlah rekening orang lain kedalam rekeningnya sendiri.

5) Kehilangan kepercayaan dari konsumen

Kepercayaan konsumen terhadap sebuah perusahaan/lembaga/ institusi tertentu dapat hilang karena berbagai macam faktor, seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut sehingga mengakibatkan kepercayaan konsumen berkurang.

6) Kerugian-kerugian yang tidak terduga

Gangguan terhadap transaksi bisnis, yang disebabkan oleh gangguan dari luar yang dilakukan dengan sengaja, ketidak jujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia,

¹⁸*Ibid*, h. 2

atau kesalahan sistem elektronik, mengakibatkan kerugian transaksi bisnis yang tidak bisa dihindarkan terutama dari segi financial.

4. Analisis Elektronik Commerce (Jual Beli Online) Perpektif *Maslahah*

Untuk melakukan analisis elektronik commerce perpektif *masalah* perlu dilakukan beberapa tahapan, antara lain:

- a) Mendeskripsikan, mengumpulkan serta menyajikan data yang terkait dengan dengan elektronik commerce (jual beli online).
- b) Memastikan bahwa manfaat yang terdapat pada elektronik commerce (jual beli online) adalah masuk kategori obyek *masalah mursalah*, hal ini dilakukan dengan cara mengecek apakah ada *dalil* baik *dalil* tersebut berasal dari al-Qur'an, al-Hadis yang bisa dijadikan dasar untuk memecahkan persoalan elektronik commerce (jual beli online).
- c) Memverifikasi manfaat-manfaat yang terdapat dalam elektronik commerce (jual beli online) bisa dijadikan dasar untuk berhujjah menggunakan *masalah mursalah*. Hal ini dilakukan dengan cara melihat syarat-syarat berhujjah menggunakan *masalah mursalah* kemudian diterapkan pada manfaat elektronik commerce (jual beli online), yang kemudian hasil dari

verifikasi tersebut nanti akan dijadikan landasan berhujjah menggunakan *masalah mursalah* sehingga nanti bisa diketahui hukum dari elektronik commerce (jual beli online).

Dalam pembahasan sebelumnya, penulis telah memaparkan dengan jelas tentang manfaat-manfaat yang diperoleh dari transaksi elektronik commerce. Inti dari manfaat yang diperoleh adalah untuk mempermudah kedua belah pihak dalam bertransaksi serta memperluas pangsa pasar. Selanjutnya penulis mencoba untuk memverifikasi apakah manfaat yang ada dalam elektronik commerce (jual beli online) bisa masuk kategori maanfaat *masalah mursalah*. Tapi sebelum melakukan verivikasi tentang manfaat, penulis akan mengecek apakah manfaat elektronik commerce (jual beli online) masuk dalam obyek kajian *masalah mursalah*. Untuk mengetahuinya perlu dicek apakah ada dalil baik al-qur'an atau hadis yang membahas tentang elektronik commerce (jual beli online).

Bila ditelusuri ternyata tidak ada dalil yang langsung membahas persoalan elektronik commerce (jual beli online). Dalil yang ada didalam al-Qur'an hanya seputar persoalan jual beli secara umum saja, antara lain:

Al-Baqoroh: 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba

Surat al-Baqarah ayat 282 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. “

Surat An-nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka .

Sedangkan dalil dari Hadis adalah sebagai berikut:

Hadis riwayat Ibnu Majah,

حَدَّثَنَا الْعَبَّاسُ بْنُ الْوَلِيدِ الدَّمَشَقِيُّ، حَدَّثَنَا مَرْوَانُ بْنُ مُحَمَّدٍ، حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ بْنُ مُحَمَّدٍ، عَنْ دَاوُدَ بْنِ صَالِحِ الْمَدَنِيِّ، عَنْ أَبِيهِ قَالَ: سَمِعْتُ أَبَا سَعِيدٍ الْخُدْرِيَّ يَقُولُ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ (ص.م.) ((إِنَّمَا الْبَيْعُ عَنْ تَرَاضٍ

Artinya: “Menceritakan kepada kami al-‘Abas ibn al-Walid al-Dmasqiy; Menceritakan kepada kami Marwan ibn Muhammad; Menceritakan kepada kami ‘Abd al-Aziz dari ayahnya, dia berkata: Rasullâh Saw bersabda: sesungguhnya jual beli itu atas dasar suka sama suka.” (HR. Ibn Mâjjah)¹⁹

¹⁹Imam Ibnu Majah, *Shohih Sunan ibnu majah*, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 7, h.10.

Hadis riwayat Imam Ahmad

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سَأَلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٌ

Artinya : “ Dari Rifa’ah putera Rafi’, ra. Ia berkata : Bawasannya Rasullulah SAW pernah ditanya : Usaha apakah yang paling halal itu (ya Rasullulah)? Jawab beliau: Yaitu kerjanya seorang laki-laki dengan tangannya sendiri dan setiap jual beli yang mabrur.” (HR. Imam Ahmad)²⁰

فَإِذَا اشْتَرَيْتَ بَيْعًا فَلَا تَبِعْهُ حَتَّى تَقْبِضَهُ

Artinya: Jika kamu membeli sesuatu barang, maka janganlah kamu menjualnya sebelum memiliki barangan itu (HR.Imam Ahmad)²¹

لَا تَشْتَرُوا السَّمَكَ فِي الْمَاءِ; فَإِنَّهُ غَرَرٌ

Artinya: Janganlah membeli ikan dalam air karena ia tidak jelas." (H.R. Ahmad)

Hadis Riwayat Imam Daruqutni

إِذَا اخْتَلَفَ الْمُتَبَايعَانِ لَيْسَ بَيْنَهُمَا بَيِّنَةٌ، فَالْقَوْلُ مَا يَقُولُ رَبُّ السِّلْعَةِ أَوْ يَتَّارَكَانِ

Artinya: Apabila dua orang yang berjual beli berselisih, sedang di antara mereka tidak ada keterangan yang jelas, maka perkataan yang benar ialah apa yang dikatakan oleh pemilik barang atau mereka membatalkan transaksi.(HR.Imam Daruqutni)²²

Hadis Riwayat Imam Muslim

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعِ الْحَصَاةِ، وَعَنْ بَيْعِ الْغَرَرِ

Artinya: Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam melarang jual-beli dengan cara melempar batu dan jual-beli gharar (yang belum jelas harga, barang, waktu dan tempatnya)²³

²⁰Imam Ahmad bin Hambal, *Musnad Ahmad*, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 37, h.217

²¹*Ibid.*, Zus 32, h. 246

²²Imam Daruqutni, *Sunan Daruqutni*, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 3, h.20

²³Imam Muslim, *Shohih Muslim*, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 3, h. 1153

Hadis Riwayat Abu Daud

مَنْ بَاعَ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ فَلَهُ أَوْكُسُهُمَا, أَوْ الرِّبَا

Artinya: Barangsiapa melakukan dua jual-beli dalam satu transaksi, maka baginya harga yang murah atau ia termasuk riba'. (HR.Abu Daud)²⁴

Hadis Riwayat Imam Tirmidzi

نَهَى رَسُولُ اللَّهِ ﷺ عَنْ بَيْعَتَيْنِ فِي بَيْعَةٍ

Artinya: Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam melarang dua jual-beli dalam satu transaksi jual-beli. (HR.Tirmidzi)²⁵

لَا يَحِلُّ سَلْفٌ وَبَيْعٌ وَلَا شَرْطَانِ فِي بَيْعٍ, وَلَا رِبْحٌ مَا لَمْ يُضْمَنْ, وَلَا بَيْعٌ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ

Artinya: Tidak dihalalkan meminjam dan menjual, dua syarat dalam satu transaksi jual-beli, tidak halal menjual barang yang tidak dapat dijamin, dan menjual sesuatu yang tidak engkau miliki (HR.Tirmidzi)²⁶

Dari pemaparan dalil-dali diatas dapat diketahui bahwa dalil-dalil diatas hanya membicarakan persoalan jual beli secara tradisonal tidak membahas secara spesifik persoalan jual beli online, karena memang pada masa itu belum ada internet, sehinga sangat wajar bila dalil-dalil yang ada tidak membahasnya.

Setalah diketahui bahwa persoalan elektronik commerce (jual beli online) masuk dalam obyek kajian *maslahah mursalah* karena tidak dijumpai dalil yang langsung membahasnya, penulis akan memverivikasi apakah manfaat yang ada dalam elektronik commerce

(jual beli online) masuk kategori manfaat *maslahah mursalah*.

Menurut Dr. Abdul wahab kholaf syarat maanfaat bisa dikategorikan sebagai maanfaat *maslahah mursalah* adalah sebagai berikut:²⁷

1. Harus berupa manfaat faktual (*maslahah haq qiyah qot'iyyah*) bukan berupa manfaat yang bersifat dugaan semata (*maslahah wahmiyyah*).
2. Harus berupa manfaat yang bersifat umum (*maslahah 'mmah kulliyyah*) bukan berupa manfaat yang bersifat personal atau individu (*Maslahah fardiyah* atau *kh sah*).
3. Harus selaras dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip umum yang telah ditetapkan berdasarkan nas atau ijm '.

Dari tiga syarat diatas, menurut analisis penulis semua manfaat elektronik commerce (jual beli online) sudah memenuhi syarat untuk dimasukan dalam manfaat *maslahah mursalah*, penjelasan rinci manfaat elektronik commerce (jual beli online) adalah sebagaimana terlihat dalam tabel dibawah ini:

²⁴ Abu daud, *Sunan Abi daud*, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 10, h.283

²⁵ Imam Tirmidzi, *Sunan Tirmidzi*, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 3, h.533

²⁶ *Ibid*, Zus 5, h.139

²⁷ Abdul Wahab Kholaf, *Ilmu ushul Fiqh*, (Koiron: Darul 'Ilmi, 1978), h.86

No	Bentuk Manfaat	Manfaat <i>Haqiqi</i>	Manfaat ' <i>mmah</i>	Selaras dengan <i>Nas</i> dan <i>Ijma'</i>
1	Lebih praktis (oprasionalnya mudah)	✓	✓	✓
2	Lebih efisien (hemat waktu dan biaya)	✓	✓	✓

Keterangan:

✓ : Ada

X : Tidak Ada

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa ada dua manfaat yang dapat dijadikan alasan berhujjah menggunakan *masalah mursalah*, yaitu alasan lebih praktis (oprasional lebih mudah) dan lebih efisien (hemat waktu/ biaya) bila dibandingkan dengan transaksi secara tradisional. Manfaat ini termasuk kategori manfaat *haqiqi* karena bila transaksi elektronik commerce terjadi maka manfaat ini benar benar terwujud dalam realita, bukan hanya dalam angan angan yang bersifat dugaan semata (*masalah wahmiyyah*). Fakta dilapangan menunjukan transaksi elektronik commerce lebih mudah dibandingkan dengan transaksi tradisional. Dengan transaksi elektronik commerce dapat menghemat waktu dan biaya karena transaksi ini tidak terikat waktu dan tempat, disela-sela kesibukan masih dapat

melakukan transaksi tanpa harus berada di toko secara tradisional.

Persoalan *Majlis Al-Aqdi* (waktu dan tempat transaksi) yang dulu sering menjadi problem bagi penjual dan pembeli sudah bisa diatasi dengan model transaksi elektronik commerce. Bila dalam transaksi tradisional, penjual harus memiliki toko fisik yang membutuhkan modal dan biaya yang cukup besar agar bisa berjualan. Sedangkan dalam transaksi elektronik commerce tidak perlu ada toko fisik cukup membuat toko virtual yang relatif lebih murah dan bisa dioprasionalkan selama 24 jam non stop, lebih hemat tenaga pekerja sehinga bisa menekan modal pengeluaran penjual.

Dari sisi konsumen juga bisa mendapatkan banyak manfaat, karena bisa menghemat waktu perjalanan belanja. Berbelanja menggunakan transaksi elektronik commerce bisa dilakukan dirumah, dimana saja dan kapan saja tanpa harus pergi ketoko penjual yang terkadang letaknya cukup jauh.

Manfaat yang diperoleh dari transaksi elektronik commerce juga termasuk kategori manfaat yang bersifat umum (*masalah 'mmah kulliyyah*) bukan berupa manfaat yang bersifat personal atau individu (*Maslahah fardiyah* atau *kh sah*). Manfaat yang ada bisa dirasakan oleh setiap penjual dan

pembeli karena model transaksi elektronik commerce dibuat semudah mungkin sehingga bisa dioperasikan oleh siapa saja baik untuk pemula atau orang yang sudah mahir.

Selain itu, manfaat yang diperoleh dari transaksi elektronik commerce sejalan dengan prinsip-prinsip yang terdapat pada hadis mua'malah, diantaranya:

Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhori,

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ - ﷺ - قَالَ « رَجَمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ ، وَإِذَا اشْتَرَى ، وَإِذَا اقْتَضَى »

Artinya: Rosulluloh SAW bersabda: Allah SWT memberikan rahmat bagi penjual yang ramah dan baik ketika menjual dan Allah SWT juga memberikan rahmat bagi pembeli yang ramah dan baik ketika membeli serta Allah juga akan memberikan rahmat bagi orang yang berlaku ramah dan baik ketika menagih hutang. (HR. Bukhori)²⁸

Kata *samhan* memiliki arti toleran, ramah atau baik. Sehingga bila kata ini dikaitkan dengan jual beli maka memiliki arti jual beli yang mudah, tidak bertele-tele, praktis dan efisien. Prinsip-prinsip ini sangat sesuai sekali dengan model transaksi elektronik commerce.

Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Tirmidzi

إِنَّ النَّجَّارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُجَّارًا إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ وَبَرَّ وَصَدَّقَ

Artinya: Sesungguhnya para pedagang akan dibangkitkan pada hari qimayat sebagai

orang lacur (penjahat) kecuali pedagang yang bertakwa, baik/wira dan jujur. (HR. Tirmidzi)²⁹

Prinsip dasar yang diusung oleh transaksi elektronik commerce adalah kejujuran dan kemudahan, hal ini sejalan dengan hadis diatas karena Rosulluloh SAW sangat menekankan sekali nilai-nilai ketakwaan, kejujuran dan kewiraan bagi para pedagang, bahkan dalam hadis diatas Rosulluloh mengancam para pedagang akan dikategorikan sebagai seorang penjahat di akherat nanti jika tidak mengindahkan nilai-nilai tersebut. Nilai-nilai ini juga pada transaksi elektronik commerce sangat ditekankan.

Namun, dibalik kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh elektronik commerce masih menyimpan beberapa *mafsadah*, yang apabila tidak dihilangkan bisa mempengaruhi keabsahan transaksi elektronik commerce tersebut. Ketidakabsahan ini timbul karena tidak terjadinya *intiqolul milki* (perpindahan kepemilikan barang yang sesuai dengan yang dibeli). Dengan kata lain, apabila *masalah* dan *mafsadah* berkumpul pada satu akad elektronik commerce maka yang diungulkan adalah *mafsadah* tersebut, sehingga akad yang terjadi dihukumi tidak sah. *Mafsadah-mafsadah* tersebut antara lain: persoalan penipuan, barang yang dikirim tidak sesuai dengan

²⁸Imam Bukhori, *Shohih Bukhori*, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 2, h.730

²⁹Imam Tirmidzi, *Op.Cit.*,101

yang diinginkan, keterlambatan pengiriman barang, *ghoror* dan lain sebagainya.

C. Penutup

Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik dua kesimpulan, yaitu: Pertama, manfaat yang diperoleh dari transaksi elektronik commerce sudah memenuhi persyaratan untuk digunakan sebagai landasan dalam ber-hujjah menggunakan *masalah*. Yang kedua, hukum transaksi elektronik commerce (jual beli online) pada dasarnya adalah *mubah*, hukum transaksi elektronik commerce (jual beli online) dapat berubah mengikuti situasi dan kondisi transaksi tersebut, yakni bisa berubah menjadi *mubah* dan bisa juga berubah menjadi *haram*. Hukum elektronik commerce (jual beli online) dapat berubah menjadi *mubah* jika transaksi elektronik commerce (jual beli online) bisa menyebabkan terwujudnya *intiqolil milki* (perpindahan kepemilikan barang sesuai yang dibeli) dari penjual ketangan pembeli. Sedangkan hukum elektronik commerce (jual beli online) berubah menjadi *haram* jika dengan adanya transaksi elektronik commerce (jual beli online) malah menyebabkan tidak terwujudnya *intiqolil milki* (perpindahan kepemilikan barang sesuai yang dibeli),

misalkan karena terjadi penipuan atau *ghoror*.

Referensi

- Andi, Apa dan Bagaimana E-Commerce, (Yogyakarta: Wahana Komputer, 2002)
- Bukhori, Imam, Shohih Bukhori, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 2
- Daruqutni, Imam, Sunan Daruqutni, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 3
- Daud, Abu, Sunan Abi daud, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 10
- Fuady, Munir, Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)
- Hambal, Imam Ahmad bin, Musnad Ahmad, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 37
- Kholaf, Abdul Wahab, *Ilmu ushul Fiqh*, (Koiro: Darul 'Ilmi, 1978)
- Majah, imam Ibnu, Shohih Sunan ibnu majah, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 7
- Muslim, Imam, Shohih Muslim, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 3
- Prasetyo, Abdul Halim Barakatullah dan Teguh, Bisnis E-Commerce Study System Keamanan dan Hukum di Indonesia, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005)
- Tirmidzi, Imam, Sunan Tirmidzi, Maktabah Syamilah Versi 14 G, Zus 3

Ustadiyanto, Riyeke, Framework E-
Commmerce, (Yogyakarta: 2001),
Cet.I

Wahyudi, Onno W. Purbo dan Aang Arif,
Mengenal E-Commerce, (Jakarta:
PT. Elex Media Komputindo, 2001